

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудрявцев Максим Геннадьевич

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 03.07.2025 10:03:43

Уникальный программный ключ:

790a1a8df252577421a51616c4366b903b7b8

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный аграрный заочный университет»

Кафедра Экономики и финансов

Принято Ученым Советом
ФГБОУ ВО РГАЗУ
«21» сентября 2022 г. Протокол №2

«УТВЕРЖДЕНО»
Проректор по образовательной
деятельности и молодежной
политике _____ М.А. Реньш
«21» сентября 2022 г.



Рабочая программа дисциплины

Основы экономики менеджмента и маркетинга

Специальность **35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования**

Квалификация **Техник-механик**

Форма обучения **очная**

Балашиха 2022

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности среднего профессионального образования 35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования.

Рабочая программа дисциплины разработана *доцентом кафедры экономики и финансов Ананьевой Е.В.*

Рецензент:

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП СПО компетенциями

1.1 Перечень компетенций, формируемых учебной дисциплиной

Достижимые компетенций	Планируемые результаты обучения
ОК-3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	Знать (З): -основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; -современное состояние и перспективы развития отрасли; -роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; -механизмы ценообразования на продукцию (услуги); -механизмы формирования заработной платы; -формы оплаты труда; -стили управления, виды коммуникации; -принципы делового общения в коллективе; -управленческий цикл; -особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; -сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; -адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации
	Уметь (У): -рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; -применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; -анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;
	Владеть (В): - распознавать и обобщать сложные взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления; -применять инструменты анализа актуальных проблем современной экономики, менеджмента и маркетинга ; -предлагать способы их решения .

2. Цели и задачи освоения учебной дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП СПО

Дисциплина ОПЦ.09 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» относится к обязательной части общепрофессионального цикла основной образовательной программы.

Цель дисциплины: освоение основ фундаментальной экономической науки, лежащей в основе всей системы экономических знаний и формирования научного экономического мировоззрения; овладение методологией и инструментарием исследования экономических явлений и процессов; приобретении навыков анализировать экономическую жизнь общества, функционирование различных рынков, деятельность и поведение хозяйствующих субъектов; формирование у студентов представления об основных экономических проблемах, знаний о закономерностях функционирования и институциональной структуре всех уровней современной рыночной экономики, менеджмента и маркетинга; обретение навыков использования полученных знаний в практической деятельности; формулирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности

Задачи курса:

- Показать сущность экономической теории как науки об экономическом выборе, осуществляемом при относительной ограниченности ресурсов и в условиях различных исторически сложившихся институциональных структур.
- Дать представление о методах экономического исследования, их специфике.

- Показать основные микроэкономические проблемы и закономерности современного рынка.
- Дать системное представление о макроэкономических аспектах функционирования экономики.
- Показать при рассмотрении всех разделов курса специфику менеджмента и маркетинга.

3. Объем учебной дисциплины в академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

3.1 Очная форма обучения

Вид учебной работы	2 курс 4 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, академических часов	36
Аудиторная (контактная) работа, часов	32
в т.ч. занятия лекционного типа	16
занятия семинарского типа	16
Самостоятельная работа обучающихся, часов	4
в т.ч. курсовая работа	-
Контроль	-
Вид промежуточной аттестации	зачёт

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Наименование оценочного средства	Код компетенции
	всего	в том числе			
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы		
Раздел 1. Основы экономики	5	4	1	Собеседование, Реферат,	ОК-3
Тема 1. Введение в экономику.	1,25	1	0,25		
Тема 2. Микроэкономика	1,25	1	0,25		
Тема 3. Макроэкономика.	1,25	1	0,25		
Тема 4. Мировая экономика.	1,25	1	0,25		
Раздел 2. Менеджмент	22	20	2		
Тема 1. Содержание и понятие менеджмента. Цели и задачи менеджмента.	2,2	2	0,2		
Тема 2 Функции менеджмента.	2,2	2	0,2		
Тема 3 Внешняя среда организации.	2,2	2	0,2		
Тема 4 Внутренняя среда организации.	2,2	2	0,2		
Тема 5 Управленческие решения. Этапы рационального решения проблем.	2,2	2	0,2		
Тема 6 Факторы и	2,2	2	0,2		

методы Управленческих решений.					
Тема 7 Сущность и содержание мотивации. Делегирование, ответственность и полномочия.	2,2	2	0,2		
Тема 8 Риски предприятия как объекта управления, их виды и особенности. Предпринимательские потери.	2,2	2	0,2		
Тема 9 Управление конфликтами и стрессами.	2,2	2	0,2		
Тема 10 Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.	2,2	2	0,2		
Раздел 3. Маркетинг	9	8	1		
Тема 1 Понятие, сущность, элементы маркетинга. Цели и функции маркетинга.	2,25	2	0,25		
Тема 2 Товарная политика и планирование продукции	2,25	2	0,25		
Тема 3 Планирование товародвижения	2,25	2	0,25		
Тема 4 Маркетинговые коммуникации	2,25	2	0,25		
Итого за 4 семестр	36	32	4		
Курсовая работа					
ИТОГО по дисциплине	36	32	4		

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости

№ п/ п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины, представленные в привязке к компетенциям, предусмотренным РПД
2	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов

4.2 Содержание дисциплины по разделам и темам

Раздел 1. Основы экономики

Цель дисциплины: освоение основ фундаментальной экономической науки, лежащей в основе всей системы экономических знаний и формирования научного экономического мировоззрения; овладение методологией и инструментарием исследования экономических явлений и процессов; приобретении навыков анализировать экономическую жизнь общества, функционирование различных рынков, деятельность и поведение хозяйствующих субъектов; формирование у студентов представления об основных экономических проблемах, знаний о закономерностях функционирования и институциональной структуре всех уровней современной рыночной экономики, менеджмента и маркетинга;обретение навыков использования полученных знаний в практической деятельности; формулирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности

Задачи курса:

- Показать сущность экономической теории как науки об экономическом выборе, осуществляемом при относительной ограниченности ресурсов и в условиях различных исторически сложившихся институциональных структур.
- Дать представление о методах экономического исследования, их специфике.
- Показать основные микроэкономические проблемы и закономерности современного рынка.
- Дать системное представление о макроэкономических аспектах функционирования экономики.
- Показать при рассмотрении всех разделов курса специфику менеджмента и маркетинга.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Введение в экономику.

Тема 2. Микроэкономика

Тема 3. Макроэкономика.

Тема 4. Мировая экономика.

Раздел 2. Менеджмент

Цель дисциплины: освоение основ фундаментальной экономической науки, лежащей в основе всей системы экономических знаний и формирования научного экономического мировоззрения; овладение методологией и инструментарием исследования экономических явлений и процессов;приобретении навыков анализировать экономическую жизнь общества, функционирование различных рынков, деятельность и поведение хозяйствующих субъектов; формирование у студентов представления об основных экономических проблемах, знаний о закономерностях функционирования и институциональной структуре всех уровней современной рыночной экономики, менеджмента и маркетинга;обретение навыков использования полученных знаний в практической деятельности; формулирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности

Задачи курса:

- Показать сущность экономической теории как науки об экономическом выборе, осуществляемом при относительной ограниченности ресурсов и в условиях различных исторически сложившихся институциональных структур.
- Дать представление о методах экономического исследования, их специфике.
- Показать основные микроэкономические проблемы и закономерности современного рынка.
- Дать системное представление о макроэкономических аспектах функционирования экономики.
- Показать при рассмотрении всех разделов курса специфику менеджмента и маркетинга.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Содержание и понятие менеджмента. Цели и задачи менеджмента.

Тема 2 Функции менеджмента.

Тема 3

Внешняя среда организации.

Тема 4 Внутренняя среда организации.

Тема 5

Управленческие решения.

Этапы рационального решения проблем.

Тема 6 Факторы и методы

Управленческих решений.

Тема 7 Сущность и содержание мотивации.

Делегирование, ответственность и полномочия.

Тема 8 Риски предприятия как объекта управления, их виды и особенности.

Предпринимательские потери.

Тема 9

Управление конфликтами и стрессами.

Тема 10

Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.

Раздел 3. Маркетинг.

Цель дисциплины: освоение основ фундаментальной экономической науки, лежащей в основе всей системы экономических знаний и формирования научного экономического мировоззрения; овладение методологией и инструментарием исследования экономических явлений и процессов; приобретении навыков анализировать экономическую жизнь общества, функционирование различных рынков, деятельность и поведение хозяйствующих субъектов; формирование у студентов представления об основных экономических проблемах, знаний о закономерностях функционирования и институциональной структуре всех уровней современной рыночной экономики, менеджмента и маркетинга;обретение навыков использования полученных знаний в практической деятельности; формулирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности

Задачи курса:

- Показать сущность экономической теории как науки об экономическом выборе, осуществляемом при относительной ограниченности ресурсов и в условиях различных исторически сложившихся институциональных структур.
- Дать представление о методах экономического исследования, их специфике.
- Показать основные микроэкономические проблемы и закономерности современного рынка.
- Дать системное представление о макроэкономических аспектах функционирования экономики.
- Показать при рассмотрении всех разделов курса специфику менеджмента и маркетинга.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1 Понятие, сущность, элементы маркетинга. Цели и функции маркетинга.

Тема 2 Товарная политика и планирование продукции

Тема 3 Планирование товародвижения

Тема 4 Маркетинговые коммуникации

5. Оценочные материалы по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине представлены в виде фонда оценочных средств. Приложение к рабочей программе.

6.1 Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания, количество страниц, режим доступа
1	Основы экономики менеджмента и маркетинга //Методические указания по дисциплине//РГАЗУ , Ананьева Е.В., 30 стр., 2023
2	Борисов, Е. Ф. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. И доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433274 (дата обращения: 05.10.2022).
3.	Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489738 (дата обращения: 13.10.2022).
4.	Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489310 (дата обращения: 13.10.2022).

6.2 Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины

Электронные учебные издания в электронно-библиотечных системах (ЭБС):

№ п/п	Автор, название, место издания, год издания, количество страниц	Ссылка на учебное издание в ЭБС
Основная:		
1	Борисов, Е. Ф. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].	URL: https://urait.ru/bcode/433274
2	Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].	URL: https://urait.ru/bcode/489738
3	1. Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Высшее образование). 2.	URL: https://urait.ru/bcode/489310 (дата обращения: 13.10.2022).

6.3 Перечень электронных образовательных ресурсов

№ п/п	Электронный образовательный ресурс	Доступ в ЭОР (сеть Интернет, локальная сеть, авторизованный/свободный доступ)
1	Экономический портал	https://institutiones.com/
2	Портал по менеджменту, маркетингу и рекламе, финансам, инвестициям, управлению персоналом, экономической теории. Бесплатные библиотеки по каждому разделу, форумы, Интернет-магазин	www.aup.ru

6.4 Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы и лицензионное программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных

<https://rosstat.gov.ru/> - Федеральная служба государственной статистики.

<https://cyberleninka.ru/> - научная электронная библиотека открытого доступа (Open Access).

<http://link.springer.com/> - полнотекстовая коллекция (база данных) электронных книг издательства Springer Nature.

<http://fcior.edu.ru/> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов.

<https://agris.fao.org/agris-search/index.do> - Международная информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям.

<http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

Информационные справочные системы

1. Информационно-справочная система «Гарант». — URL: <https://www.garant.ru/>

2. Информационно-справочная система «Консультант Плюс». — URL: <http://www.consultant.ru/>

Лицензионное программное обеспечение

Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д),

OpenOffice, Люникс (бесплатное программное обеспечение широкого класса),

система дистанционного обучения Moodle (www.edu.rgazu.ru),

Вебинар (Adobe Connect v.8, Zomm, Google Meet, Skype, Мираполис), программное обеспечение электронного ресурса сайта, включая ЭБС AgriLib и видеоканал РГАЗУ(<http://www.youtube.com/rgazu>), антивирусное программное обеспечение Dr. WEB Desktop Security Suite.

6.5 Перечень учебных аудиторий, оборудования и технических средств обучения

Предназначение помещения (аудитории)	Наименование корпуса, № помещения (аудитории)	Перечень оборудования (в т.ч. виртуальные аналоги) и технических средств обучения
Учебная аудитория для проведения лекционных занятий	Учебно-административный корпус. Каб. 129 № ТИ 140	Специализированная мебель, доска меловая, мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный
Учебная аудитория для проведения учебных занятий (урок, практическое занятие, лабораторное занятие, консультация, лекция, семинар), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и воспитательной работы.	Учебно-административный корпус. Каб. 125 № ТИ 136	Специализированная мебель, доска меловая. Мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный
Помещение для самостоятельной работы	Учебно-лабораторный корпус. Каб. 320. № ТИ 313	Специализированная мебель, персональные компьютеры в сборке с выходом в интернет.

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный аграрный заочный университет»**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и
промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Основы экономики менеджмента и маркетинга

**Специальность 35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники
и оборудования**

Квалификация Техник-механик

Форма обучения очная

Балашиха 2022 г.

1. Описание показателей и критериев оценивания планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

ОК-3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	Знать (З): -основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; -современное состояние и перспективы развития отрасли; -роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; -механизмы ценообразования на продукцию (услуги); -механизмы формирования заработной платы; -формы оплаты труда; -стили управления, виды коммуникации; -принципы делового общения в коллективе; -управленческий цикл; -особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; -сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; -адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации
	Уметь (У): -рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; -применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; -анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;
	Владеть (В): - распознавать и обобщать сложные взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления; -применять инструменты анализа актуальных проблем современной экономики, менеджмента и маркетинга ; -предлагать способы их решения .

Компетенция	Уровень освоения	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
ОК-3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	Пороговый (удовлетворительно)	Знает: -основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; -современное состояние и перспективы развития отрасли; -роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; -механизмы ценообразования на продукцию (услуги); -механизмы формирования заработной платы; -формы оплаты труда;	Собеседование, контрольная работа, Реферат, Итоговое тестирование

		-стили управления, виды коммуникации; -принципы делового общения в коллективе; -управленческий цикл; -особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; -сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; -адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	
	Продвинутый (хорошо)	Умеет: -рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; -применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; -анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	Собеседование, Реферат, Итоговое тестирование
	Высокий (отлично)	Владет: -распознавать и обобщать сложные взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления; -применять инструменты анализа актуальных проблем современной экономики, менеджмента и маркетинга; -предлагать способы их решения.	Собеседование, контрольная работа, Реферат, Итоговое тестирование

2. Описание шкал оценивания

2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Форма текущего контроля	Отсутствие усвоения (ниже порогового)*	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Реферат	не показал умение собирать и систематизировать информацию из теоретических источников, анализировать практический материал, не овладел методикой исследования, не проявил	показал умение собирать информацию из теоретических источников, анализировать практический материал для иллюстраций теоретических положений, недостаточно овладел методикой исследования, не проявил творческий	показал умение собирать и систематизировать информацию из теоретических источников, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстраций теоретических	показал умение собирать и систематизировать информацию из теоретических источников, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстраций теоретических

	творческий подход и самостоятельность в анализе, обобщениях и выводах, не аргументировал предложения, не соблюдал все требования к оформлению курсовой работы и сроков ее исполнения.	подход и самостоятельность в анализе, обобщениях и выводах, не аргументировал предложения, не соблюдал все требования к оформлению курсовой работы и сроков ее исполнения.	положений, проявил творческий подход и самостоятельность в анализе, недостаточно аргументировал выводы и предложения, не соблюдал все требования к оформлению курсовой работы и сроков ее исполнения.	положений, проявил творческий подход и самостоятельность в анализе, обобщениях и выводах, аргументировал предложения, соблюдал все требования к оформлению курсовой работы и сроков ее исполнения.
Собеседование	Обучающийся не продемонстрировал способности к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, в знаниях допущены существенные пробелы в знаниях культурных различий, имело место неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины	Обучающийся продемонстрировал способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, умение получить с помощью преподавателя правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой, знакомство с культурными различиями. Однако при этом имеет место отсутствие четкого и логического ответа, доказательной базы при оценке полученных результатов	Обучающийся продемонстрировал сформировавшуюся способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в культурных различиях, умеет правильно оценить полученные результаты.	Выставляется обучающемуся, если 80% и более поставленных вопросов получили четко сформулированные квалифицированные ответы в полном объеме и обучающийся продемонстрировал сформировавшуюся способность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, а также глубокое знание культурных различий.

* Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (зачет и экзамен в виде итогового теста)

Форма промежуточной аттестации	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
--------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------	----------------------	-------------------

Выполнение итоговых тестов (не менее 15 вопросов на вариант)	Менее 51%	51-79%	80-90%	91% и более
---	-----------	--------	--------	-------------

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

(в соответствии пунктом 4 рабочей программы дисциплины)

Реферат одна из основных научно-исследовательских работ студентов. Структура реферата должна включать следующие составные части и разделы:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение.
4. Основное содержание. Заключение (выводы).
5. Список литературы.
6. Приложения (если имеются).

1. Титульный лист.

Работа начинается с титульного листа, на котором указываются название вуза, факультета и кафедры, на которой выполнена работа, фамилия, имя и отчество студента(полностью), курс и группа, название и вид работы (реферат), данные о научном руководителе, город и год выполнения работы.

2. *Содержание (оглавление)* - это наглядная схема, перечень всех без исключения заголовков работы с указанием страниц. Заголовки должны быть написаны так, чтобы по расположению можно было судить об их соотношении между собой по значимости (главы, разделы, параграфы и т.п.).

3. Введение. Обоснование выбора темы:

- актуальность, связь с настоящим, значимость в будущем;
- новые, современные подходы к решению проблемы;
- наличие противоречивых точек зрения на проблему в науке и желание в них разобраться;
- противоположность бытовых представлений и научных данных о заинтересованном факте;
- личные мотивы и обстоятельства возникновения интереса к данной теме;
- цель и значимость темы.

4. Основное содержание

- сущность проблемы или изложение объективных научных сведений по теме реферата;
- обзор источников;
- собственные версии, сведения, оценки

5. Заключение:

- основные выводы;
- результаты и личная значимость проделанной работы;
- перспективы продолжения работы над темой.

6. *Список использованной литературы:* В списке литературы дается перечень использованной литературы в алфавитном порядке с полным библиографическим описанием источников и нумерацией по порядку. При этом в него включается только та литература, на которую были сделаны ссылки в тексте или выдержки, из которой они цитировались.

7. *Приложения.* В приложения включается второстепенный материал, например анкеты, первичные результаты измерений, схемы приборов и т. п.

Примерные вопросы к собеседованию по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Раздел 1. Основы экономики

1. Предмет науки «Основы экономики, менеджмента и маркетинга», ее связь с другими экономическими науками.
2. Собственность: содержание и функции. Субъекты и объекты собственности.
3. Экономические ресурсы и потребности, их характеристика и взаимосвязь.
4. Рыночная экономика: основные черты и принципы функционирования.
5. Смешанная экономика: основные черты, особенности и принципы функционирования.
6. Возникновение, сущность, типы и функции денег. Виды современных денег.
7. Денежная система: содержание и типы. Денежная масса и ее измерение.
8. Инфляция: содержание, причины, виды, последствия. Антиинфляционная политика государства.
9. Закон спроса и предложения. Равновесная цена.
10. Эластичность спроса и предложения.
11. Предприятие: понятие, признаки, типы.
12. Организационно-правовые формы предприятий.
13. Конкуренция (понятие, виды). Фирма в условиях конкуренции.
14. Естественная монополия.
15. Издержки производства: содержание, виды, факторы минимизации.
16. Прибыль предприятия: содержание, функции, виды, факторы роста.
17. Заработная плата: сущность, функции, формы.
18. Рынок труда. Занятость. Безработица.
19. Рынок земли и земельная рента. Цена земли.
20. Виды ценных бумаг. Рынок ценных бумаг.
21. Валовой национальный продукт и благосостояние общества. Макроэкономические показатели в экономике.
22. Государственный бюджет: содержание, структура доходов и расходов. Государственный внешний долг. Особенности политики государственного внешнего долга в России.
23. Государственные финансы. Доходы и расходы государства. Роль государственных финансов в экономическом развитии.
24. Экономические системы, их характеристика.
25. Фискальная политика, её виды.
26. Банки и их классификация. Центральный банк и его функции. Денежно-кредитная политика. Банковская система России.
27. Кредит: сущность, формы, функции. Кредитная система.
28. Экономические циклы: содержание, причины, виды. Государственное регулирование цикличности экономики.
29. Фазы экономического цикла и их характеристика. Особенности современных кризисов.
30. Экономический рост: содержание, типы, факторы.
31. Безработица: содержание и формы. Экономические и социальные последствия безработицы. Безработица в России.
32. Внешняя торговля. Либерализация внешней торговли в экономике России.
33. Валюта и её конвертируемость. Валютный курс. Валютный рынок. Валютная политика России.
34. Платежный баланс: структура, причины дефицита. Стратегия развития внешнеторговой политики России.

Раздел 2. Менеджмент

35. Процесс управления: сущность, цели, принципы, функции и методы.
36. Принятие и реализация управленческих решений (сущность, классификации, модели).
37. Функции управления (классификация, характеристика, особенности).
38. Роль факторов внутренней и внешней среды организации в управлении.
39. Коммуникации в управлении: характеристика, влияние на эффективность управления.
40. Социальная ответственность и этика менеджмента.
41. Организационные отношения в системе менеджмента: взаимоотношения между членами организации, организационные полномочия, принципы.
42. Особенности менеджмента в области электрификации и автоматизации сельского хозяйства.
43. Трудовой коллектив и менеджмент (сущность, структура, стадии формирования и развития трудового коллектива; теории управления; кадры управления; элементы кадровой политики).
44. Руководитель в системе управления: функции, роль в формировании взаимоотношений в коллективе, организация труда руководителя.

45. Управление группами и конфликтами в организации.
46. Руководство и лидерство (власть, её характеристика; модели лидерства; стили руководства).
47. Интеграционные процессы в менеджменте: сущность, принципы, направления интеграции; критерии оценки успеха интеграции.
48. Управление рисками (содержание, виды, организация управления, методы).
49. Управление производством: производственный процесс и его организация, типы производства, производственная структура, организация оперативного управления.
50. Результативность и эффективность управления (понятие, критерии и показатели; эффективность управления организацией; эффективность государственного управления).

Раздел 3. Маркетинг

51. Маркетинговые исследования (виды, методы, принципы, формы).
52. Методы исследования рынка.
53. Маркетинговые исследования товаров.
54. Маркетинговые исследования конкурентов и потребителей.
55. Формы адаптации и сбыта к рыночной ситуации.
56. Формирование маркетинговой стратегии.
57. Товарная политика.
58. Ценовая политика и её роль в маркетинге.
59. Сбытовая политика организации.
60. Классификация планов маркетинга по продолжительности, охвату и месту разработки. Контроль за исполнением плана.

Примерные темы для написания рефератов

Раздел 1. Экономика.

1. Рыночная экономика и альтернативные модели экономических систем.
2. Потребности общества и виды благ, необходимые для жизни людей.
3. Собственность как основа социально-экономических отношений между людьми.
4. Кооперация и разделение труда как исходные и важнейшие виды организационно-экономических отношений между людьми.
5. Рынок как форма экономических связей между специализированными и обособленными товаровладельцами.
6. Рыночная цена и ее воздействие на индивидуальный спрос покупателя и индивидуальное предложение продавца.
7. Конкуренция: ее сущность и формы.
8. Национальная экономика и экономическая политика
9. Макроэкономические проблемы российской экономики.
10. Государственный бюджет: его доходы и расходы.
11. Государственное перераспределение доходов.
12. Смешанная система управления национальной экономикой и ее особенности в разных странах.

Раздел 2. Менеджмент

1. Основные школы менеджмента.
2. Внутренняя и внешняя среда организации.
3. Система мотивации труда.
4. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.
5. Управление конфликтами и стрессами в коллективе.
6. Формы власти и влияния.

Раздел 3. Маркетинг

1. Система факторов, влияющих на рыночное поведение предприятия.
2. Рынок в системе маркетинга и его исследование.
3. Особенности маркетинга на стадиях жизненного цикла.
4. Ценовая политика и эффективность маркетинга.

Итоговые тестовые задания:

Раздел 1. Основы экономики.

1. Как наука, т.е. систематизированное научное знание о сущности, целях и задачах экономической системы, экономическая теория возникла в...
 - а) в 16-17 вв.
 - б) в начале 20 века
 - в) в 10-12 вв.

г) в 5 веке до н.э.

д) в конце 18 века

2. Одна из основных экономических школ, которая видела основу национального процветания в накоплении благородных металлов (золота, серебра).

а) школа физиократов

б) классическая политическая экономия

в) кейнсианство

г) меркантилизм

д) маржинализм

3. Представители этой школы считали, что только земля продуктивна и что только труд сельскохозяйственных работников способен создать доход, превышающий затраты.

а) школа физиократов

б) классическая политическая экономия

в) кейнсианство

г) меркантилизм

д) маржинализм

4. Представителей какой школы можно считать сторонниками экономического либерализма, суть которого выражается словами "laissez faire"?

а) школа физиократов

б) классическая политическая экономия

в) кейнсианство

г) меркантилизм

д) маржинализм

5. Выберите наиболее правильное определение экономической теории

а) наука, изучающая как лучше организовать работу предприятия, чтобы получить максимальную прибыль

б) наука, изучающая деятельность отдельных участников рынка

в) наука, изучающая человеческое поведение с точки зрения соотношения между безграничными потребностями и ограниченными средствами для их удовлетворения

г) наука, изучающая причины роста материального благосостояния людей и возможности их увеличения

д) наука, имеющая предметом своего исследования деньги

6. Понятие "ограниченность ресурсов" в экономике означает...

а) ресурсы настолько велики, что у общества нет возможности их полностью задействовать в производстве товаров и услуг

б) невозможно использовать имеющиеся в обществе ресурсы с максимальной выгодой

в) ресурсов, имеющихся в распоряжении у общества, недостаточно для удовлетворения потребностей всех его членов

г) ресурсы, которыми располагает общество, достаточны лишь для удовлетворения первичных материальных потребностей

д) ресурсы, имеющиеся в распоряжении общества, являются невозполнимыми

7. Совокупность систематических знаний, относящихся к тому, что должно быть

а) нормативная экономическая теория

б) позитивная экономическая теория

г) микроэкономика

д) макроэкономика

е) экономическая политика

8. Метод познания, использующейся в экономической науке, который предполагает разделение целого на отдельные составные части

а) индукция

б) синтез

в) абстракция

г) анализ

д) дедукция

9. Метод познания, использующейся в экономической науке, который состоит в выделении главного в объекте исследования и отвлечение от несущественного

а) индукция

б) синтез

в) абстракция

г) анализ

д) дедукция

10. Блага, которые по сравнению с нашими потребностями имеются в неограниченном количестве

а) экономические блага

- б) неэкономические блага
- в) материальные блага
- г) нематериальные блага
- д) общественные блага

Раздел 2. Менеджмент

11. Коммерческие организации - это:

- а) потребительские кооперативы;
- б) унитарные предприятия;
- в) ассоциации;
- г) фонды.

12. Решение в менеджменте - это:

- а) выбор альтернативы;
- б) концентрированное выражение процесса управления;
- в) верно (а+б);
- г) нет верного ответа.

13. Автором книги «Принципы научного управления» был:

- а) А. Смит;
- б) Д. Рикардо;
- в) Ф. Тейлор;
- г) Ф. Хедоури.

14. Обобщающими показателями экономической эффективности в широком смысле могут быть:

- а) степень выполнения заказов потребителей;
- б) доля объема продаж организации на рынке;
- в) верно (а+б);
- г) нет верного ответа.

15. Закономерность появления в России термина «менеджмент» специалисты связывают с:

- а) реформированием нашей экономики;
- б) вхождением России в зону стран развитой рыночной экономики;
- в) верно (а+б);
- г) нет верного ответа.

16. Обобщающими показателями социальной эффективности в узком смысле являются:

- а) доля решений, принятых по предложению работников организации;
- б) численность сотрудников, привлеченных к разработке управленческого решения;
- в) верно (а+б);
- г) нет верного ответа.

17. Главным продолжателем, развившим идеи основателя школы научного менеджмента, считают:

- а) Ф. Тейлора;
- б) А. Файоля;
- в) Э. Мэйо;
- г) М. Мескона.

18. Особое значение при оценке эффективности управления придается:

- а) исключению неожиданностей;
- б) выявлению закономерностей;
- в) поиску условностей;
- г) взаимосвязи показателей.

19. Существенным фактором повышения результативности российского менеджмента является:

- а) прирост важнейших технико-экономических показателей;
- б) удвоение ВВП на душу населения к 2010 году;
- в) экономическое возрождение России;
- г) специализация управления.

20. Оценка эффективности управления производится в:

- а) абсолютном измерении;
- б) относительном измерении;
- в) долларах (\$);
- г) евро (€).

Раздел 3. Маркетинг

21. Какие из перечисленных ниже организаций не принадлежат к микроокружению современного предприятия?

- а) банк обслуживающий фабрику
- б) поставщик упаковочных материалов

в) налоговая полиция

г) компания закупающая продукцию фабрики

22. Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?

а) поведение покупателей при покупке

б) поведение покупателей после покупки

в) восприятие продуктов потребителями

г) намерение потребителей совершить покупку.

23. Выбор рыночного сегмента может базироваться на различных критериях. Какие из следующих утверждений являются неверными?

а) чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании

б) между сегментами должна быть существенная разница

в) должна существовать возможность свободного доступа к сегментам

г) компания должна иметь возможность подсчитать потенциальный объём сбыта для сегмента

24. Поставщик персональных компьютеров продает компьютеры только для применения в бизнесе. Он принимает решение начать продажу этих компьютеров также и конечным пользователям (индивидуальным потребителям). Как можно назвать эту стратегию?

а) проникновение на рынок

б) развитие рынка

в) диверсификация

г) развитие продукта

25. Если предприятие принимает решение активно действовать на двух сегментах рынка (или большем числе) и разрабатывает различные продукты и/или маркетинговые программы для каждого сегмента рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

а) агрегированный маркетинг

б) дифференцированный маркетинг

в) концентрированный маркетинг

г) недифференцированный маркетинг

26. Если предприятие принимает решение активно действовать только в одном сегменте рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

а) агрегированный маркетинг

б) дифференцированный маркетинг

в) концентрированный маркетинг

г) недифференцированный маркетинг

27. Если предприятие принимает решение активно действовать на всем рынке без разработки различных продуктов и/или маркетинговых программ для каждого сегмента рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

а) агрегированный маркетинг

б) дифференцированный маркетинг

в) концентрированный маркетинг

г) недифференцированный маркетинг

28. Автомобильный дилер рассматривает возможность расширения своей деятельности. Он должен сделать выбор между включением автомобильных аксессуаров в спектр своих товаров. а также оценить возможность продажи цветов, безалкогольных напитков и сигарет. Дилер должен сделать выбор между:

а) развитием продукта и диверсификацией

б) проникновением на рынок и развитием продукта

в) интеграцией и развитием рынка

г) проникновением на рынок и развитием рынка

29. Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:

а) первичный спрос;

б) потенциальный спрос;

в) общие потребности (общий спрос);

г) избирательный (специфический) спрос.

30. Для предпринимателя, который знает, что он действует на ненасыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:

а) первичный спрос;

б) потенциальный спрос;

в) общие потребности (общий спрос);

г) избирательный(специфический) спрос.